

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE EMPREENDEDORISMO FEMININO EM WEBSÉRIES DO SEBRAE

SOCIAL REPRESENTATIONS ABOUT FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN SEBRAE'S WEBSERIES

Recebido em 29.04.2022 Aprovado em 08.08.2022

Avaliado pelo sistema double blind review

DOI: 10.12712/rpca.v16i2.53382

Fabiana Pinto de Almeida Bizarria

fabiana.almeida.flf@gmail.com

Faculdade Luciano Feijão e Professora Colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública - Mestrado Profissional da Universidade Federal do Piauí – PPGP/ UFPI, Fortaleza, Ceará, Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-8365-8593>

Danielle Maria Apolonio Rodrigues

daniapolonio@gmail.com

Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública – Mestrado Profissional da Universidade Federal do Piauí – PPGP/ UFPI, Fortaleza, Ceará, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-3042-3296>

Gabriele Ferreira da Silva

gabriele.4@gmail.com

Universidade Estadual do Ceará – UECE, Fortaleza, Ceará, Brasil.

<https://orcid.org/0000-0003-0096-8487>

Flávia Lorene Sampaio Barbosa

flsbarbosa@ufpi.edu.br

Universidade Federal do Piauí – UFPI

<https://orcid.org/0000-0002-4804-9538>

Resumo

A pesquisa objetiva apreender representações sociais presentes em narrativas a partir de webséries do SEBRAE, sobre empreendedorismo feminino. A lexicometria, ou análise lexical (Marchand, 2013), realizada com o *software* Iramuteq, considerou a (i) Classificação Hierárquica Descendente – CHD e (ii) a Análise Fatorial por Correspondência (AFC), e (iv) análise de conteúdo hermenêutica-dialética (Minayo,1992). Como resultado, quatro temas de discussões Empreendedora ‘mulher-mãe’; Expectativas Sociais da ‘Mulher-Maravilha’, Sonhadora ‘Sexo-Frágil’; Desafios do ‘Poder-Ser’ ‘mulher-mãe-empREENDEDORA’; e (Re)Conhecer e (Re)Existir, reúnem 21 categorias emergentes, que, em conjunto, acionam discussões voltadas ao conflito, ante o choque representacional tradicional e novos espaços/papeis sociais assumidos pelas mulheres.

Palavras-chave: Resistência. Mulher. Conflito.

Abstract

The research aims to apprehend social representations present in narratives from SEBRAE webseries about female entrepreneurship. The lexicometry, or lexical analysis (Marchand, 2013), performed with the Iramuteq software, considered the (i) Descending Hierarchical Classification - CHD and (ii) Correspondence Factor Analysis (CFA), and (iv) hermeneutic-dialectical content analysis (Minayo,1992). As a result, four discussion themes Entrepreneur ‘woman-mother’; Social Expectations of ‘Wonder Woman’, Dreamer ‘Fragile Sex’; Challenges of ‘Power-To-Be’ ‘woman-mother-entrepreneur’; and (Re)Knowing and (Re)Existing, bring together 21 emerging categories, which together trigger conflict-oriented discussions, in the face of the traditional representational clash and new social spaces/papers assumed by women.

Keywords: Resistance. Woman. Conflict.

Introdução

Nos últimos anos o tema ‘empreendedorismo’ assume importantes discussões pelo mundo, explicado pela sua capacidade de desenvolvimento e impacto econômico nos países (Rodrigues et al., 2021). Tem crescido, nesses debates, o papel da mulher na prática empreendedora, sob variadas temáticas, desde a motivação, até o reconhecimento das oportunidades relevantes ao cenário econômico (Micozzi; Lucarrelli, 2016).

As mulheres passam a ocupar espaço em diversos setores da economia, com isso, países desenvolvidos e em desenvolvimento estão atentos às medidas que visem contribuir com a vida da mulher empreendedora (Ismail et al., 2012). Conforme a Organização Internacional do Trabalho (OIT), estima-se ampla participação feminina na economia, considerando R\$ 131 bilhões injetados à receita tributária ao longo do período contemplado entre 2017-2025 (Wentzel, 2017).

Dados do terceiro trimestre de 2020, ainda, indicam 8,6 milhões de donas de negócio no Brasil, mesmo com o impacto negativo da pandemia (Sebrae, 2021). Com isso, o crescimento da participação da mulher no empreendedorismo (Cisneros, 2015), pode ser referenciado pela sua participação na economia, bem como relativo equilíbrio entre a proporção de empreendedores iniciais masculina e feminina (Sebrae, 2019). Além disso, o número de empreendedoras é proporcionalmente maior no Sudeste e Nordeste do Brasil, com 50% das empreendedoras no setor de serviços (Sebrae, 2021).

Estudos sobre empreendedorismo feminino também seguem em avanço, como, por exemplo, estudos sobre o gerenciamento do conflito entre o trabalho e família (Barbosa et al., 2021; Teixeira & Bonfim, 2016), os desafios da mulher no empreendedorismo (Conceição et al., 2021; Cineglaglia et al., 2021) e a relação do empreendedorismo com a pandemia do Covid-19 (Carvalho & Porém, 2020, Lima, 2021). Ademais, são pertinentes as considerações do empreendedorismo feminino à luz da teoria da representação social, a qual vem sendo realizada em estudos organizacionais (Campos & Saraiva, 2014; Bortolon, Martins-Silva & Fantinel, 2021).

A teoria da representação social, nesse caso, inerente ao campo da psicologia social, visa compreender como os indivíduos são levados a pensar sobre sua realidade e construção de vida em ambientes coletivos (Salas, 2021). Dessa maneira, a teoria da representação é explicada como um conjunto de conceitos elucidados pela vida cotidiana (Moscovici, 1961), o que sugere compreensão sobre como as pessoas representam aspectos da vida e nomeiam fenômenos para ancorar sentidos e significados atribuídos, pelos processos de comunicação e hábitos sociais, como: falas, arte, cultura e discursos (Jovche lovitch, 2011). Quando essas representações sociais, então assumem significados para um grupo coletivo, auxiliando, inclusive, no pensamento e na ação sobre a vida em sociedade (Bauer & Gaskell, 2008).

No cenário internacional, a Teoria das Representações Sociais possui um importante volume de publicações, como um campo multifacetado, interdisciplinar, que se originou nos estudos da psicologia social, destacando-se as produções da Inglaterra e os Estados Unidos (Lima & Barbosa, 2020). No que tange à consolidação conceitual, há expansão da TRS na América Latina, América do Norte, Europa e Ásia (Jodelet, 2008; Howarth, 2006), ao passo que no Brasil as pesquisas caracterizam-se em duas correntes, com abordagem interpretativista e estruturalista, com uso em torno dos fenômenos organizacionais, no campo da administração (Martins-Silva et al., 2016; Lescura et al., 2012), das estruturas organizacionais, das ciências sociais (Mota et al., 2010; Lescura et al., 2012; Salles & Costa, 2013; Campos & Saraiva, 2014).

Ante esse contexto, portanto, a pesquisa objetiva apreender representações sociais presentes em narrativas em webséries dedicadas às discussões temáticas sobre empreendedorismo feminino. Com isso, deriva-se contribuições sobre elaborações sobre o tema com espaço para discussões sobre implicações

dessas para a mulher empreendedora, ampliando possibilidades de análise sobre o fenômeno, bem como desafios associados à expansão e insights sobre a potências de transformações em curso.

Sobre a Teoria das Representações Sociais - TRS

A Teoria das Representações Sociais (TRS), conforme Lima & Barbosa (2020), refere-se à representação de natureza coletiva, que amplia a percepção individual para a social, pois para Serge Moscovici, o precursor do campo, a representação social é resultante da coletividade, das relações cotidianas, da produção da convivência de todos (Moscovici, 2009), contextualizadas pelos desafios que figuram a sociedade.

A configuração do campo formou-se alicerçada nas concepções de Serge Moscovici, com a primeira publicação em 1961, intitulada “La psychanalyse: son image et son public” (Maciel & Nascimento Neto, 2011), que apresentou conceitos e contribuições relacionadas ao cotidiano, em função do compartilhamento e das relações interpessoais dos indivíduos.

A Teoria fundamenta-se em saberes da psicologia social às demandas da esfera pública, elencando conhecimentos e experiências da subjetividade dos sujeitos às estruturas sociais (Jovchelovitch, 2002, 2008, 2011). Fazem parte da trajetória teórica, referência à Durkheim (1898) acerca da coletividade, passando pela psicologia social (Bruner, 1987), o senso comum (Koyré, 1948), dentre outros temas que sustentam a abordagem conceitual sobre o pensamento coletivo dos/nos fenômenos sociais.

Com leituras em Moscovici (1988), portanto, a TRS avança em busca de compreender a realidade, descrevendo-a e analisando as redes sociais, as expressões da contemporaneidade e os processos que a desencadearam (Jodelet, 2008). Para tanto, considera-se, ainda, que o imaginário individual e as representações socioculturais são difusas, mas perceptíveis na constante conexão da criação/recriação do cotidiano social (Jovchelovitch, 2011).

Deste modo, a TRS confere expressão da construção que inter-relaciona indivíduo, os sujeitos que o circundam e o espaço social em que estão inseridos (Lima & Barbosa, 2020), bem como a maneira como se dão os reflexos das recorrentes transformações do mundo na vida destes sujeitos (Lima, 2020; Locatelli & Cavedon, 2014).

Dessa forma, a TRS emerge ante à necessidade dos sujeitos compreenderem o mundo, analisando sua dinâmica, adequando-se ou modificando o espaço (Lima & Barbosa, 2020), delineando e redefinindo ações coletivas com base na rotina e na interação social (Jodelet, 2001; Lima & Barbosa, 2020). Neste interim, as representações sociais exprimem um campo fértil para a consolidação dos aspectos comuns aos sujeitos, sobrepondo-se às questões individuais (Jovchelovitch, 2011), com potencial para compreender as questões interdisciplinares e complexas do/no social (Marková, 2017).

Com ampliação da TRS para outros campos do conhecimento, como a sociologia, antropologia, história, filosofia, dentre outras (Moscovici, 1988; Jodelet, 2008), a teoria avança em compreensão sobre a realidade dos indivíduos, a produção da vida cotidiana e suas relações sociais (Salas, 2021). Nesse caminho, a consolidação teórico/metodológica assume a abordagem do psicossocial com base no modo de interpretação da realidade, nos aspectos culturais, nos valores, nas concepções dos sujeitos (Kravetz, Madrigal, Jardim, Oliveira, Miller, Prioste, Wanderbroocke & Polli, 2021) e o modo que estes elementos incidem na interação coletiva (Moscovici, 1988; Jodelet, 2008), nas práticas sociais, na estruturação sócio-histórica da sociedade (Jovchelovitch, 2011).

Contribuições da TRS, ainda, compreendem estudos sobre as identidades socioculturais dos sujeitos (Baka & Dikaiou, 2021), o debate à cerca das desigualdades sociais, da estruturação das minorias, das

hegemonias, das polêmicas da atualidade (Alhuzail, 2021), questões estas endossadas pela pluralidade, diversidade de saberes (Jovchelovitch, 2011). Assim, a TRS pode contribuir com análises sobre processos sociais, relações que envolvem os sujeitos, os seus construtos e como estes organizam às representações sociais (Lima & Barbosa, 2020; Lima, 2020).

Em relação ao panorama de estudos sobre a TRS, considera-se dinâmica de maturação teórica, com pesquisas que visam compreender variados âmbitos e contextos da sociedade, a exemplo das questões climáticas, o debate sobre sustentabilidade (Manzhynski & Figge, 2020), das instabilidades econômicas e demandas sociais desafiadoras na atualidade (Vignola et al., 2017; Kuenkel, 2019), com a perspectiva propositiva de refletir sobre possibilidades futuras (Stahl, 2005; Jovchelovitch, 2011).

Observa-se, ainda, pesquisas como a de Chatzimpyros, Baka e Dikaiou (2021), que se debruçaram sobre representações sociais no contexto da imigração; os estudos de Pinzón-Villate, Montoya e Ramírez-Cortázar (2021), Hurtado e Franco (2021), Garcés-Prettel et al., (2021), Moratalla e Agea (2020), Lázaro-Rodríguez e Herrera-Viedma (2020), adentraram à temática sob a lente da comunicação “em massa” e o modo pelo qual, as mídias digitais contribuem no processo de representação social no contexto de pandemia da COVID-19; e as investigações de Hall et al. (2010), que correlaciona os processos comunicativos e os elementos advindos da cultura, linguagem e os sentidos atribuídos pelos indivíduos, no modo que estes compreendem e buscam respostas aos desafios emergentes, coadunando com as proposições de Moscovici (2009), quando este trata da elaboração das ações dos sujeitos frente às mudanças da sociedade.

Considerando a TRS abordagem com potencial para compreensão de contexto e das interações sociais (Locatelli & Cavedon, 2014), a leitura sobre fenômenos emergentes ou em processos de mudanças pode ser favorecida sobre a lente dessa teoria. Assim, visto que a TRS dialoga diretamente com a materialização da vida social dos indivíduos, das relações coletivas e estruturais da sociedade (Jodelet, 2001), é fundamental o estudo de tais representações, compreendê-las, para assim iluminar a realidade e proporcionar ferramentas aos mesmos para a transformação das conjunturas desafiadoras e emergentes (Jodelet, 2001; Martins-Silva et al., 2016).

Metodologia

A pesquisa, de natureza compreensiva e abordagem qualitativa, analisa oito narrativas presentes em vídeos agrupados em duas webséries realizadas pelo Sebrae, disponibilizados na internet, por meio da plataforma Youtube e no site do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Esses vídeos foram produzidos no ano de 2020 e 2021 com a iniciativa do time Sebrae Delas em parceria com as empreendedoras do Vale e a rede de mulheres empreendedoras.

Considerando a abordagem da Teoria das Representações Sociais, a pesquisa considera análise a partir da lexicometria, ou análise lexical (Marchand, 2013), realizada com auxílio do software Iramuteq. Ressalta-se, ainda, que investigações amparadas por essa metodologia dão ensejo às representações sociais, o que se observar a partir das pesquisas de Carlos, Santos e Araújo (2018), que estuda levanta representações sociais sobre velhice LGBT para estudantes universitários; o estudo de Porcino, Coelho e Oliveira (2018), que aborda representações sobre a pessoa travesti em graduandos da área da saúde; a investigação de Polonia e Santos (2020), que analisa representações sobre desenvolvimento de competências para docentes do ensino superior; e, pesquisa de Kravetz et al. (2021), que apresenta representações sobre o suicídio para adolescentes em escola pública.

Em relação às representações sobre mulher, observa-se a pesquisa de Musse & Gonçalves (2020), que, inclusive, utilizam como corpus de pesquisa a websérie conception. As pesquisascitadas, em sua maioria, recorrem à lexicometria com auxílio do Iramuteq, sendo a escolha de análise da pesquisa em curso,

considerando potencial para compreender representações sociais sobre empreendedorismo feminino que suscitem novas discussões.

Quadro 1 – Websérie Sebrae Delas

Vídeo 1 Sebrae Delas 1 Diferentes negócios, uma realidade em comum. 5:53”	Vídeo 2 Sebrae Delas 1 que ideias limitam? 3: 35”	Vídeo 3 Sebrae Delas 1 Redes de apoio 3: 37”	Vídeo 4 Sebrae Delas 1 O futuro a todos pertence 3: 38”
Vídeo 5 Culpa materna e empreendedorismo 5:16”	Vídeo 6 Síndrome da Impostora: o que é e como superar 5:19”	Vídeo 7 Mulheres e Finanças 5:40”	Vídeo 8 Empreender com @ companheir@, dá certo? 6:01”

Fonte: Websérie Sebrae Delas. Ano 2021.

Disponíveis no Youtube (https://www.youtube.com/playlist?list=PLnPmdII4EGt1O-lsA6_1T2b-zvN88lowl)

Em relação à Teoria das Representações sociais, neste estudo, a análise da estrutura do discurso com suporte no software Iramuteq, considera a análise do corpus textual, que supõe, ainda, que o discurso é produto de interações, abrangendo aspectos do contexto social e comunicativo (Marchand, 2013). Dessa forma, além da análise léxica quantitativa, núcleos de sentido baseados em regularidades, tendências ou estilos são apreendidos com base em segmentos de texto de cada agrupamento gerado pelo software.

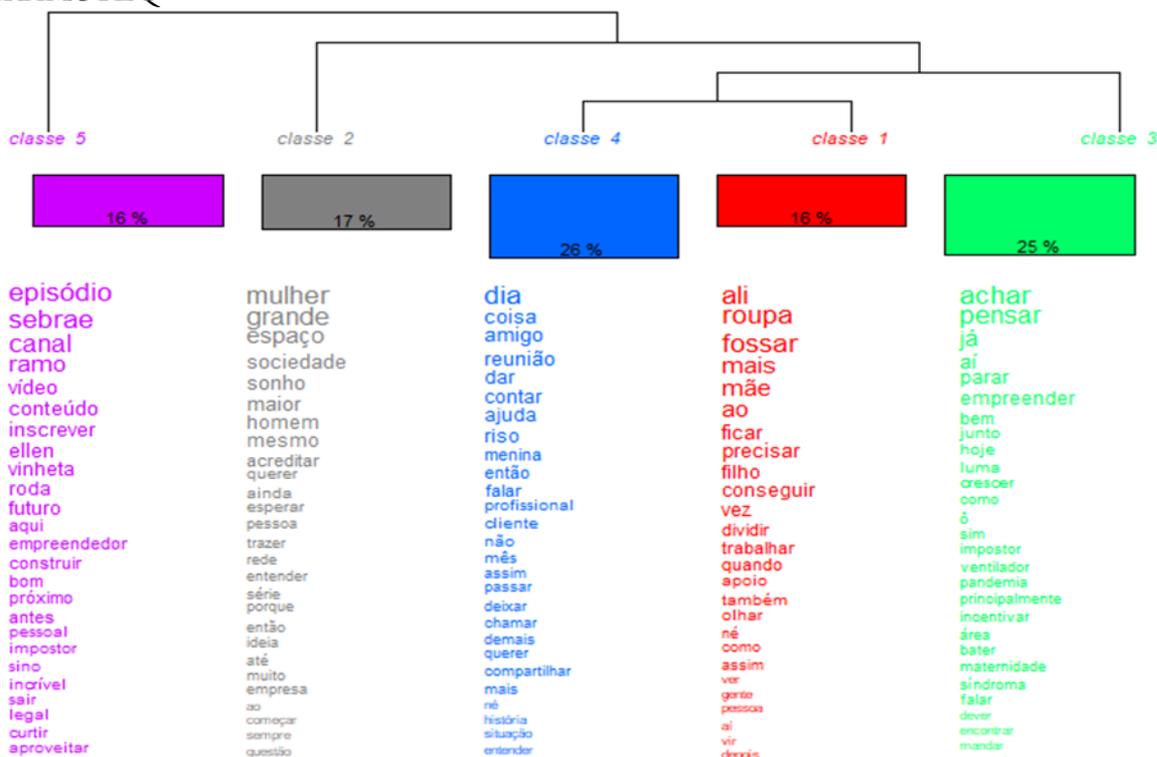
Em relação ao software, conforme Camargo e Justo (2018), serão descritas e analisadas as Unidades de Contexto Iniciais - UCIs, que estabelecem o número de dados, as Unidades de Contexto Elementares - UCEs, que correspondem aos segmentos de texto, ocasionados por comandos específicos (Camargo & Justo, 2018). Foram empreendidas a (i) Classificação Hierárquica Descendente - CHD, classificando as UCEs, seguida pelo teste qui-quadrado. Assim, a CHD propicia os agrupamentos (clusters), considerando o grau de ligação de cada palavra com a classe à qual pertence, ao passo que o dendograma que ilustra a formação das classes, com as respectivas palavras estatisticamente mais significativas de cada grupo (Camargo & Justo, 2018), se apresenta como o resultado dessa etapa; e (ii) a Análise Fatorial por Correspondência (AFC), por um plano cartesiano com os clusters, a qual revela relações de afastamento entre elas (Camargo & Justo, 2018).

A análise segue a definição de categorias na perspectiva de Minayo (1992), empregadas para estabelecer classificações e relações. A autora sugere que as categorias sejam analisadas com suporte em análise de conteúdo, em abordagem considerada hermenêutica-dialética. Nesta, a autora informa ser necessário situar a fala dos atores sociais em relação ao contexto, para melhor compreender as narrativas. Sugere que essa análise seja desenvolvida em níveis: (i) primeiro, que envolve as determinações fundamentais (conjuntura socioeconômica e política do qual faz parte o grupo social a ser estudado); e (ii) segundo, que corresponde ao encontro do pesquisador com os fatos na pesquisa, ou seja, com as comunicações individuais, as observações, dentre outros. Por fim, Minayo (1992) sugere que uma terceira etapa seja desenvolvida, a da análise final, que envolve a articulações entre os dados e as teorias, com insights finais.

Apresentação dos Resultados

Processou-se análise lexical, em 19 de janeiro de 2022, com 2 Unidades de Contexto Inicial (UCI) (2 webséries, que reúnem 8 narrativas), divididas em 154 Unidades de Contexto Elementar (UCE), 5785 números de ocorrências de palavras, com 1381 formas (palavras), das quais 856 são ativas (adjetivo, advérbio, substantivo, verbos, formas não comuns) e 101 complementares e 424 hapax (aparecem apenas uma vez). A CHD, que realiza o cruzamento de matrizes de segmentos de textos e palavras, reteve 100 UCE dos 154, ou seja, 64,94% dos segmentos de texto. Além disso, identificou 5 classes (clusters) de palavras, reunidas no Dendograma (Figura 2).

Figura 1 – Dendograma por classe e palavras com maior qui-quadrado (χ^2) fornecido pelo software IRAMUTEQ



Fonte: Ilustração extraída como output do software Iramuteq (2022)

A partir do dendograma (Figura 1) foi possível contemplar as palavras que alcançaram a maior porcentagem quanto à frequência média entre si e diferente entre elas. Esse conjunto de palavras proporcionou, por meio do emprego do qui-quadrado (χ^2), a análise das palavras que obtiveram valor $p < 0,0001$, proporcionando a visualização da representação de cada cluster no que se refere ao total do corpus.

O cluster 5, formado por 16,0% das UCEs, tem como palavras mais representativas: episódio, SEBRAE, canal, ramo, youtube [...], sendo estatisticamente significativas. Do cluster 5, o software opera partições, entre cluster 2 e, na sequência, cluster 3, e, depois o 4 e 1. O cluster 2, formado por 17,0% das UCE, tem as palavras estatisticamente significativas: mulher, grande, espaço, sociedade, sonho, maior, homem [...], e, na segunda partição, o cluster 3 consta representado pelas palavras significativas: achar, pensar, já, parar, empreender [...]; e, na última partição, os clusters 4, formado por 26,0% das UCE, representado pelas palavras: dia, coisa, amigo, reunião, dar, contar, ajuda [...] e o 1, formado por 25,0% das UCEs, que reúne as palavras: ali, roupa, fossar, mais, mãe, ficar, precisar.

Com o auxílio da Análise Fatorial por Correspondência, o plano cartesiano ilustra em quadrantes, relação espacial entre as classes, à medida que, quanto mais distantes os elementos dispostos no plano, menos eles “conversam” das mesmas coisas (Figura 2).

Figura 2 - Representação Fatorial fornecida pelo software IRAMUTEQ

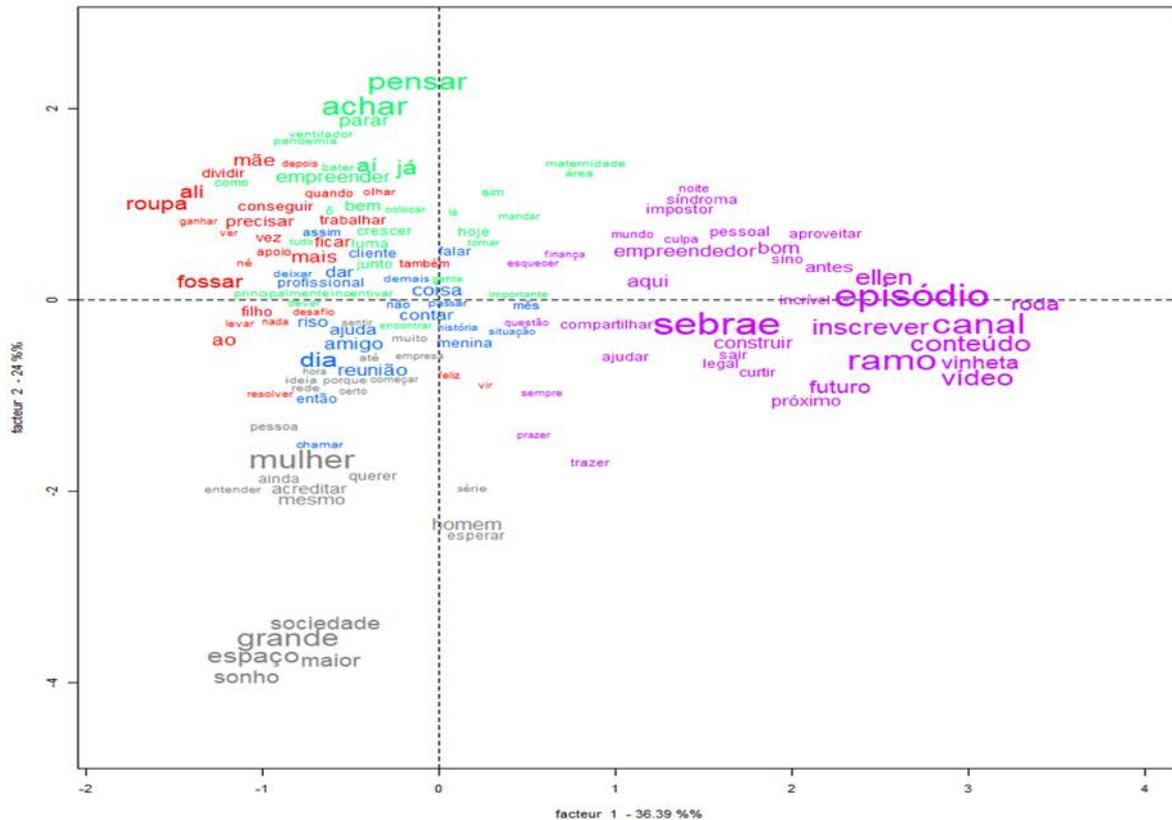


Ilustração extraída como output do software Iramuteq (2022)

Considerando a Figura 2, observa-se maior proximidade entre os argumentos dos clusters 4 e 1, e o 3, relações também perceptíveis pelas partições demonstradas pelo Dendrograma (Figura 1). Com isso, os clusters 5 e 2 apresentam-se mais cartograficamente demarcados, sugerindo agrupamento de palavras específicas e diferenciadas dos demais clusters.

Para empreender análise de conteúdo baseada em formação de categorias conforme Minayo (1992), foram extraídos como output do software Iramuteq, os segmentos de textos formativos dos 5 clusters definidos pelo Dendrograma (Figura 1). Na sequência, cada grupo de segmentos de texto passou por duas etapas de apreciação, com base nos critérios: diferenciação entre os clusters, configuração temática e síntese de segmentos representativos, o que gerou o quadro 2. Após categorias que emergiram de cada conjunto de segmentos de textos por cluster, são apresentados temas para caracterizar sumariamente cada cluster, no sentido de facilitar compreensão das representações derivadas.

Quadro 2 - Segmentos de Textos extraídos do *software* Iramuteq, conforme cada *cluster* definido

Cluster 1	WEB_2-score : 71.60 ‘com a rede de apoio a gente consegue diminuir essa culpa né a gente divide ali ao menos julgamento também as vezes as pessoas veem na gente aquela imagem de uma super mãe uma super empresária’
Ali	
Roupa	WEB_2 - score : 60.47 ‘é fosse mãe sem precisar trabalhar e trabalhasse como se não fosse mãe é uma conta que não fecha com a pandemia e a gente teve aí mais sobrecarga né’
Passar	
Mais	WEB_2 - score : 57.02 ‘eu me via ali muito mais empreendedora do que mãe de aluno formando os pais teriam [...]’
Mãe	WEB_1 - score : 36.63 ‘às vezes a gente brinca assim que a gente nasceu para casar para cuidar da casa para ter filhos mas por que isso foi o que a minha mãe aprendeu e que ela passava porque ela sabia que a gente precisava saber disso para se virar’
Ficar	
Precisar	WEB_2 - score : 36.15 ‘eu preciso desse apoio e eu fico trabalho muito mais disposta muito mais feliz quando tenho o apoio dele então trabalhar juntos tem sido um desafio mas acima de tudo tem sido um aprendizado enorme’
Filho	
Conseguir	WEB_2 - score : 33.49 ‘mas volta e meia a gente se depara com uma situação onde a gente não consegue resolver’
Vez	
Dividir	WEB_1 - score : 31.66 ‘em todos os processos de seleção quem vai ficar com seus filhos? mas o seu marido está de acordo você vai conseguir conciliar como quando seus filhos ficarem doente?’
Trabalhar	WEB_1 - score : 25.71 ‘esse apoio masculino ele é muito importante quando você nasce mulher parece que você nasce precisando ter a aprovação de alguém o tempo todo’
Quando	
Apoio	WEB_2 - score : 20.85 ‘não vou dizer que eu não tenho ciúmes, que eu tenho viu, mas é a gente tem que ter ideia que esse ciúmes não pode ser nada que atrapalhe também como eu tenho orgulho de ver minha esposa em um patamar mais alto né’ WEB_1 - score : 17.83 ‘por uma questão social é mais difícil para uma mulher preta empreender inclusive porque a maioria das mulheres elas começam a empreender por necessidade né se a gente for olhar a pirâmide social a mulher está na base da pirâmide a mulher preta está na base lá embaixo’
Cluster 2	WEB_1 - score : 103.74 ‘eu percebi que por ser mulher as pessoas não acreditaram muito naquele sonho até porque no ramo de alimentação [...]’
Mulher	
Grande	WEB_1 - score : 80.14 ‘empresas maiores lideradas por mulheres são empresas que apresentam é um resultado muito significativo’
Espaço	
Sociedade	WEB_1 - score : 79.12 ‘o nível de grana que vai para mesa é maior para homens do que para mulheres [...] a gente deu um toque feminino, a gente é referência’
Sonho	
Maior	WEB_1 - score : 77.63 ‘a questão de desigualdades não deve existir, eu acredito que pro futuro nós vamos ter um espaço muito maior, [...] existe um caminho a ser trilhado daqui para frente’
Homem	
Acreditar	WEB_1 - score : 68.44 ‘eu acredito que a importância dessa rede de mulheres ela é muito interessante é muito grande’
Querer	WEB_1 - score : 65.87 ‘historicamente nós temos amarras sociais que a sociedade impôs para mulher onde a liberdade estava dependente do homem né, então já é um desafio isto, impossível não é, nós temos o poder e a mulher ela pode estar onde ela quiser’
Esperar	WEB_2 - score : 57.29 ‘como se nós fossemos a mulher maravilha, não! nós não somos a mulher maravilha. Eu acredito que essa questão do burnout ela tá muito ligada ao que a sociedade espera da mulher né’ WEB_1 - score : 57.18 ‘o que eu fiz foi criar o engajamento com outras mulheres que pudessem me ajudar a realizar esse sonho [...]’ WEB_1 - score : 54.65 ‘você não é capaz de montar uma estrutura você, não é capaz de dirigir um caminhão, você não é capaz de levar carga de modo seguro, principalmente porque a mulher ela é vista como sexo frágil ainda pela sociedade’. WEB_1 - score : 51.52 ‘a grande ideia de que a gente possa ser respeitada no nosso espaço que a gente possa ser valorizada para que tudo flua’ WEB_2 - score : 49.65 ‘me senti praticamente tendo dois puerpérios ao mesmo tempo o da minha filha e da empresa’ WEB_1 - score : 45.65 ‘a gente começa a se enxergar enquanto potência sabe, cada mulher ver que a outra mulher é muito forte, então a gente vai se sustentando’ WEB_1 - score : 43.41 ‘a importância dos homens é entenderem esse espaço respeitarem e permitirem esse crescimento, é que não estamos querendo disputar’ WEB_1 - score : 28.92 ‘a gente briga todo dia [...] que meu filho entenda que ele tem uma responsabilidade muito grande em não continuar perpetuando isso’ WEB_2 - score: 18.67 ‘você tem que incentivar o sonho do outro né, e construir esse sonho em conjunto’

Cluster 3	<p>WEB_2-score: 80.17 ‘nós mulheres, mandamos muito bem nas ciências exatas sim! mas a gente não é incentivada a estar nessa área’</p> <p>WEB_2-score: 74.92 ‘quando engravidei [...] eu logo pensei né, na idealização da maternidade, achei que seria muito tranquilo tipo ser mãe, maternar e empreender e a realidade não foi essa’</p> <p>WEB_2-score: 72.54 ‘eu fiquei umas três noites sem dormir pensando nesse ventilador que eu tinha fracassado’</p> <p>**WEB_1-score : 66.31 ‘a mulher não tem coragem de empreender, empreender não é coisa de mulher, é mentira, não concordo, negativo, [...] as mulheres são a maioria das empreendedoras’</p> <p>WEB_2-score: 52.42 ‘como que a gente chegou tão longe, tão rápido, foi sorte, tem muita força, muito poder, empresa que foi crescendo, crescendo [...] a síndrome da impostora já bateu’</p> <p>WEB_2-score: 40.43 ‘ele só me falou porque que não aproveita o momento, foi literalmente um tapa na cara, eu falo que a minha síndrome da impostora [...]’</p> <p>WEB_1-score: 28.95 ‘[...] a gente pense fora dessas caixinhas que a gente atue e colabore para que essas caixinhas sejam desconstruídas e quebradas’</p> <p>WEB_2-score: 25.82 ‘[...] o que que é síndrome de impostora, é um termo psicológico para padrão de comportamento no qual você duvida das suas realizações’</p> <p>WEB_1-score: 24.48 ‘senti o sentimento de culpa, quando meu filho era pequeno, eu soube ressignificar essa culpa como inspiração para os meus filhos’</p> <p>WEB_2-score: 24.09 ‘mulher não é boa em matemática mulher, não sabe empreender, gente vamos parar com essas crenças limitantes, a gente tá no século 21, né’</p>
Cluster 4	<p>WEB_1-score: 53.20 ‘[...] essa reunião de mulheres que sai umas ideias, a partir do momento que a gente tomou contato abriu a cabeça né’</p> <p>WEB_2-score : 49.03‘[...] é um paraíso porque ele me ajuda demais nas tarefas domésticas eu tenho que fazer uma reunião atrás da outra tem hora’</p> <p>WEB_1-score : 47.00 ‘eu acredito muito que as crenças limitantes elas paralisam as pessoas, você passa a acreditar que não é capaz, que não vai dar conta eu escutava muito coisa de menino coisa de menina muito’</p> <p>WEB_1-score : 45.05 ‘será que vai dar, será que não vai, então você não dorme né, da olheira, cabelo branco, pé de galinha, né, é muito desafiador migrar de colaboradora para empreendedora’</p> <p>WEB_1-score : 40.74 ‘em diversas situações assim, ah essa mulher não sabe fazer um cálculo direito, então deixa eu pegar essa conta que ela fez e deixa eu passar para um homem né’</p> <p>WEB_1-score : 40.24 ‘você não vai dar conta, [...] exatas é para menino e humanas é para meninas, risos gente é pegadinha’</p> <p>WEB_2-score : 35.86 ‘se tem uma coisa que eu não dou mais conta é essa história de mulher não saber fazer’</p> <p>WEB_2-score : 31.47 ‘quem sou eu na fila do pão’</p> <p>WEB_2-score : 24.79 ‘por mais que hajam desafios, nem tudo são flores o saldo sempre é positivo quando se tem esse equilíbrio e um quer impulsionar o outro’</p> <p>WEB_2-score : 19.85 ‘primeiro é você analisar a situação e tomar consciência, isso é um fato, ou é o que está na minha cabeça, assumir quando eu não sei fazer, dizer que eu não sei fazer, eu descobri que isso aos poucos vai dando mais segurança para mim e para as minhas clientes também’</p> <p>WEB_1-score : 10.98 ‘porque você tem que mostrar cinco vezes mais a sua capacidade e cinco vezes mais a sua persistência e cinco vezes mais ganhar a confiança’</p> <p>WEB_1-score : 7.55 ‘entender que a gente, apesar de muitas vezes ter ouvido durante esse caminho que a gente passou, que a gente não tinha capacidade que isso era uma ilusão, que isso é uma bobagem’</p>
Cluster 5	<p>WEB_2-score : 172.54 ‘quem nunca passou por essa sensação de não ser boa o suficiente levanta aí a mão comenta aqui’</p> <p>WEB_2-score : 169.76 ‘pessoal antes de a gente romantizar a maternidade não se esquece de se inscrever aqui no canal’</p> <p>WEB_2-score : 168.74 ‘vamos para o episódio de culpa materna, roda a vinheta’</p> <p>WEB_2-score : 148.25 ‘afinal de contas falar sobre culpa materna é uma questão de todo mundo’</p> <p>WEB_2-score : 139.60 ‘uma dica para mandar um sai para lá síndrome da impostora’</p> <p>WEB_2-score : 99.94 ‘fiquei muito feliz, isso sim é que é homem moderno do século 21’</p> <p>WEB_2-score : 91.92 ‘é muito importante lembrar que síndrome da impostora é uma questão cultural estrutural ela não é pessoal essa luta é coletiva e a gente pode vencer isso juntas essa situação é muito comum entre as empreendedoras’</p>

Discussão dos Resultados

Considerando análise dos segmentos de texto extraídos das webséries, conforme clusters definidos pelo *software* Iramuteq, foram definidas categorias emergentes com configurações específicas sobre o tema da pesquisa, na perspectiva das representações sociais sobre empreendedorismo feminino. Importante observar que o *cluster* 5 reúne informações sobre apresentação dos temas discutidos pelas webséries, em geral, associado ao início dos vídeos e a finalização de cada discussão. Assim, pela leitura dos segmentos

de textos, compreende-se que os temas emergentes se fazem presentes nos demais *clusters*, com sobreposições de categorias. Com isso, as categorias emergentes para discussão na pesquisa são derivadas dos agrupamentos 1, 2, 3 e 4, conforme quadro 3.

Quadro 3- Categorias emergentes e temas representativo para cada *cluster*

Clusters	Categorias emergentes
1 Empreendedora mulher-mãe 16 % (Unidades de Contexto Elementar)	“Ser” Empreendedora versus “Ser” Mãe
	Rede de apoio ‘masculino’
	(In) Adequação ao Mercado de Trabalho
	Aprovação Social
	Ciúmes do Sucesso ‘Feminino’
Mulher ‘preta’ e a Pirâmide social	
2 Expectativas Sociais da Mulher Maravilha-Sonhadora -Sexo Frágil 17% (Unidades de Contexto Elementar)	Rede de Mulheres
	Mulher maravilha versus sexo frágil
	Expectativas sociais
	Respeito e Valorização
	Afirmação, credibilidade e legitimidade
	Ampliação e Distinção de Espaços
Trabalho como Sonho	
3 Desafios do ‘Poder-Ser’ mulher-mãe-empresadora 25% (Unidades de Contexto Elementar)	Idealização da Maternidade
	Síndrome da impostora
	Crenças Limitantes
	‘Ressignificar’ a Culpa
4 (Re)Conhecer e (Re)Existir 26% (Unidades de Contexto Elementar)	Descobertas sobre (In) Potencialidades
	(In) Capacidades por Gênero
	Resistências (coletivas) às Representações
	‘Tomada’ Consciência

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Para apreender e descrever representações sociais sobre empreendedorismo feminino, toma-se as sugestões de Minayo (1992) sobre leitura prévia a respeito de possíveis determinações fundamentais e, na sequência, análise sobre as narrativas, em articulações com a teoria.

Assim, a pesquisa empreende esforço para análise de representações junto a um conjunto de empreendedoras mulheres, que participam como convidadas de webséries organizadas pelo SEBRAE. Importante observar que as narrativas envolvem grupo específico, bem como as falar emergem de temas deliberados pelos encontros, suscitando dinâmicas de falas voltadas às questões lançadas (Lima, 2021).

Com essa apreciação prévia observa-se que as narrativas seguem o curso de representações, em geral, definidas pelos próprios temas dos encontros, que proclamam desafios à mulher face ao empreendedorismo e buscam diálogos sobre esses desafios (Lima & Barbosa, 2020). Assim, as representações seguem o curso do próprio programa, que reconhece diferenças, externalizadas pelas escolhas, temáticas e questões levantadas, construídas pelas subjetividades dos sujeitos e a forma pelo qual estes reagem às estruturas sociais (Jovchelovitch, 2002, 2008, 2011).

Face aos pressupostos definidos, há peculiaridades às representações expressas pelo programa, que emergem dos diálogos, do modo de ver e interpretar a realidade social (Jodelet, 2008). Considerando a análise léxica e elaborações resumidas no quadro 3, têm-se um conjunto de referências dialogadas das webséries traduzidas na ideia de ‘empreendedora-mulher-mãe’, ao passo que se admite, com essa temática, a difícil separação entre esses papéis sociais, caracterizadas pela representação conjunta, de onde se derivam desafios importantes, desde a necessidade do apoio masculino, a aprovação social, coadunando com as proposições de Jovchelovitch (2011) no que tange ao movimento de criação/recriação do cotidiano social.

Além disso, a necessidade de assumir que essa representação ‘empreendedora mulher-mãe’ resulta, também deriva de uma possível ‘in’ adequação da ‘mulher-mãe’ em relação ao mercado, emprego formal, inerente das expressões da contemporaneidade e os processos que a desencadearam (Jodelet, 2008).

Duas representações adicionais levantam os temas das diferenças, na perspectiva de gênero ‘sucesso feminino’ e de raça ‘mulher preta’, bem como de classe social ‘pirâmide social’, aspectos estes, essencialmente originados da exteriorização da relação tríplice entre indivíduo, espaço que o circunda e espaço social (Lima & Barbosa, 2020) e o modo pelo qual dão-se os reflexos das recorrentes transformações do mundo na vida destes sujeitos (Lima, 2020; Locatelli & Cavedon, 2014).

Em síntese, elementos representacionais relacionados à ‘empreendedora-mulher-mãe’ confere leitura sobre desafios da indivisibilidade de papéis sociais da mulher e, em simultâneo, da classificação por diferenças de gênero, raça e classe social, com repercussões sobre a dependência de suporte ‘masculino’ perante a ‘in’ adequação para o mercado. Dessa dependência, têm-se, ainda, a aprovação social e a referência masculina, alicerçadas nas questões interdisciplinares e complexas do/no social (Marková, 2017).

No que se refere ao grupo 2, denominado ‘expectativas sociais da mulher-maravilha-sexo-frágil’, são reunidos elementos representativos das expectativas conflitivas vivenciadas pela mulher, desde as atribuições consideradas inerentes, às que assume perante novos papéis sociais, estruturadas na sobreposição da coletividade, no delineamento e redefinição das ações coletivas que emergem da rotina e interação social (Jodelet, 2001; Lima & Barbosa, 2020).

Compreende-se nessa discussão, o reflexo dos aspectos culturais, das concepções dos sujeitos e da criação/recriação de valores sociais, dos indivíduos (Kravetz, Madrigal, Jardim, Oliveira, Miller, Prioste, Wanderbroocke & Polli, 2021). Depreendendo-se que a mulher se representa pela diferença, merecedora de valorização e respeito, afirmação, credibilidade e legitimidade, ou seja, visibilidade; representações que suscitam o debate sobre redes de mulheres, como espaços para (re)conhecimento das narrativas sobre diferenças e fortalecimento de outras representações.

Adicionalmente, o trabalho surge representado como sonho, ao passo que essa idealização, também, pode compreender a maneira de acessar ao papel social ‘trabalhador’, ‘trabalho’ ‘subsistência’. Neste ínterim, correlacionam-se as representações de identidades sócio-culturais (Baka & Dikaiou, 2021) e o debate à cerca das desigualdades sociais, da estruturação das minorias, das hegemonias (Alhuzail, 2021), a estruturação sócio-histórica da sociedade (Jovchelovitch, 2011), e o modo pelo qual se dá a incidência da interação social, da coletividade (Moscovici, 1988; Jodelet, 2008).

Em resumo, em relação ao segundo agrupamento deriva-se compreensão sobre expectativas sociais que obstaculizam o acesso da mulher ao trabalho e/ou empreendedorismo, seja pela invisibilidade das ações que fogem essas expectativas, seja pela urgência de ampliação dessa visibilidade, assentada do ideário do reconhecimento social. Deste modo, a análise destes elementos da vida social feminina decorre não

somente do prisma dos resultados, más fundamentalmente sob a lente do processo, dos fatores de construção, organização e representações sociais (Lima & Barbosa, 2020; Lima, 2020).

Para compreender as representações do grupo 3, delimitou-se o tema ‘poder-ser’ mãe-empresendedora. Neste escopo, compreende-se que o resultado das expectativas conflitivas, sobreposições de papéis sociais, invisibilidade em relação aos novos papéis e anseio por afirmação suscita representações sobre ‘poder-ser’, portanto, em maneiras como a mulher se representa em relação às suas capacidades e possibilidades. Nesta perspectiva observa-se a diversidade dos saberes e a pluralidade (Jovchelovitch, 2011), onde da discussão do ‘poder-ser’ emerge o tema de ‘crenças’ que limitam, a ‘culpa’, ‘síndrome da impostora’, ou seja, representações que demarcam dúvidas sobre o ‘poder-ser’ e desafiam a representação sobre o empreendedorismo feminino.

O último grupo a ser analisado, foi definido por ‘(re) conhecer e (re)existir’, em função de duas representações derivadas das categorias emergentes, ‘descobertas sobre as (in)possibilidades’, ‘(in)capacidades por gênero’, ‘resistências (coletivas) às representações’ e a ‘tomada de consciência’, possibilitando o debate das questões de representações de identidades socioculturais (Baka & Dikaiou, 2021). Em conjunto, observa-se que esse cluster reúne sentidos que conferem a dinâmica do reconhecimento das diferenças por gênero representas socialmente e que, atribuem à mulher papéis sociais distantes dos que se fazem presentes na perspectiva do empreendedorismo, debatendo as desigualdades sociais, polêmicas da atualidade e a estruturação social (Alhuzail, 2021).

Como parte do processo de resistência, o reconhecimento e as descobertas sobre as próprias possibilidades emergem como necessárias e fortalecidas pelo coletivo de mulheres, que, pelo diálogo, ergue-se em forma de ‘tomada de consciência’, que promove a ação de resistir, elementos estes que exprime as subjetividades, o imaginário individual e as representações socioculturais do cotidiano social (Jovchelovitch, 2011).

Neste grupo percebe-se a interligação do espaço social, a maneira pelo qual os sujeitos o visualizam e se organizam em redes sociais (Jodelet, 2008), de modo específico a resistência, nesse caso, propaga-se como posição política, em defesa do reconhecimento de diferenças que ‘limitam’ (as crenças limitantes), em especial às definições de capacidades e competências/ papéis sociais por gênero, e a ampliação de espaços para exercício das potencialidades e possibilidades na perspectiva do empreendedorismo. Observa-se, portanto, que o grupo 4 resulta das discussões presentes dos demais agrupamentos, ao passo que a ‘tomada de consciência’ envolve debates sobre a relação indivisível ‘empresenedora mulher-mãe’, as ‘expectativas sociais da mulher-maravilha-sexo-frágil’ e os desafios do ‘poder-ser’ mulher.

Em resumo, o grupo 4 manifesta representações mais amplamente difundidas ante questionamentos sobre a dinâmica social centrada no homem, no modo de produção da dinâmica social, das modificações temporalmente (Lima & Barbosa, 2020). Sustenta posições de luta, que expressam politicamente ação ante os desafios engendrados por essa dinâmica. Assim, argumenta-se sobre tensões e mudanças nas representações sociais da mulher, face ao contexto do empreendedorismo, como resultado do (re)conhecimento de representações que precisam ser problematizadas, face às ‘limitações’ ou, ainda, exclusão, negação, e, por fim, violências propagadas por essa maneira coletiva de representar a mulher.

Considerações Finais

A pesquisa, que visa apreender representações sociais presentes em narrativas em webséries dedicadas às discussões temáticas sobre empreendedorismo feminino, antes de avançar nas observações finais, pondera que as narrativas possuem contexto particular, webséries organizadas pelo SEBRAE. Com essa consideração, define-se que as discussões categóricas empreendidas, parte de discussões promovidas sobre temas específicos relacionadas à representações sobre mulher. Assim, as representações que

emergem são, também, derivadas das que se apresentam pela própria narrativa da web série, considerados, nesse estudo, como pressupostos implícitos.

Após consideração às análises, em atenção à Minayo (1992), a abordagem categórica leva a análise de quatro temas (empreendedora mulher-mãe), expectativas sociais da mulher-maravilha-sexo-frágil, desafios do poder-ser mulher-empresária, (re)conhecer e (re)existir que reúnem, em conjunto, vinte e uma categorias. Das discussões observa-se presente que o tema das representações sobre mulher na sociedade leva a conflitos, ante o choque representacional tradicional e novos espaços/papeis sociais assumidos pelas mulheres. Esse conflito emerge como reconhecimento de que a maneira de conceber a mulher em sociedade obstaculiza a assunção dessas novas representações, ao passo que a soma, tradicionais e novas, configura, ainda, a dependência de apoio masculino (paterno), afirmação no sentido da credibilidade e legitimidade.

A partir das categorias analisadas, pode-se observar ante ao objetivo dessa pesquisa, em apreender sobre as representações sociais nas narrativas de mulheres empreendedoras da web série organizada pelo SEBRAE, que algumas fragilidades presentes no cotidiano da mulher são associadas ao papel assumido como mãe e empresária, em consequência a isso, a busca pela aprovação masculina tendência à participação da mulher com solidez na duplicidade de papéis em sociedade. Ademais, a busca pela aprovação social também se apresenta como um efeito à carga demandada à mulher que concilia os dois papéis, bem como o aspecto relacionado aos ciúmes do sucesso feminino.

Observa-se, ainda, que além dos conflitos representacionais, com sobreposições, que, possivelmente, reverbera na sobrecarga de atividades, surge, também, a representação do reconhecimento e da luta, que se apresenta fortalecida pela ação coletiva. Com isso, representações tradicionais, pela força que opera o senso coletivo para a ação, se move com suporte no coletivo, pelo compartilhar desses conflitos em situações de vivência cotidiana. Assim, considera-se, pelas narrativas, que a força das novas representações, associadas ao reconhecimento da negação das potencialidades, por exemplo, está no diálogo coletivo de mulheres, de onde emana novas representações para, em outras dinâmicas, suscitar outras configurações para o conflito, com maior espaço de equilíbrio, saúde e 'não' violência para a mulher.

Pode-se ressaltar ainda que no processo de conciliação dos papéis conferidos às mulheres, como mães, donas de casa, empresárias, um dos fatores limitantes ao seu desenvolvimento pleno são as crenças, as quais restringem o seu discernimento como indivíduos capacitadas a essas atividades. Ademais, ante ao enfrentamento do processo maternal, torna-se relevante a ressignificação no papel da mulher, a qual esta pode se olhar a partir de outra ótica, com a possibilidade de estar fortalecida nesse processo de dupla jornada. A consciência concebida no processo de reconhecimento das diferenças, bem como dos esforços empreendidos em redes, são fundamentais para as mudanças quanto às representações sociais da mulher em sociedade.

De insights da pesquisa, considera-se relevante ampliar a discussão em dois caminhos: pela ótica da saúde, na perspectiva do bem-estar, não associado às análises sobre estar ou não docente e, outra, na perspectiva do adoecimento possivelmente suscitado por representações sociais conflitivas. No primeiro caso, apoia-se que representações podem contribuir com convivências promotoras de saúde, especialmente nas organizações e no trabalho, e, no segundo, acredita-se que análises sobre prevalências adoecimentos nas mulheres indiquem debates importantes sobre como elas estão elaborando estratégias defensivas ante aos conflitos cotidianamente vivenciados.

Referências

Alhuzail, N. A. (2021). The social representation of the Bedouin woman. In *Women's Studies International Forum*, 86, Pergamon.

Barbosa, H. M. A., Rocha Neto, M. P. da, Câmara Júnior, S. L. & Silva, P. M. M. da. (2021). Gerenciando O Conflito Trabalho-família No Empreendedorismo Feminino: Evidências De Um Estudo Com Microempreendedoras Individuais. *GeSec: Revista de Gestão e Secretariado*, 12(2), 94-121.

Bauer, M. W., & Gaskell, G. (2008). Social representations theory: A progressive research programme for socialpsychology. *Journal for the theory of socialbehaviour*, 38(4), 335-353.

Bortolon, P., Martins-Silva, P. D. O., & Fantinel, L. D. (2021). A “empresa negligente” e o “evento acidental”: representações sociais para um grupo de ex-funcionários da Samarco. *REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)*, 27, 153-181.

Bruner, J. (1987). Life as narrative. *Social research*, 11-32.

Camargo, B. V., & Justo, A. M. (2018). Tutorial para uso do software IRaMuTeQ (Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires). Santa Florianópolis: Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição – UFSC.

Campos, M., & Saraiva, L. A. S. (2014). O trabalho, suas representações e sentidos: da demissão à recontração de trabalhadores. *Revista Economia & Gestão*, 14(36), 31-56.

Carlos, T. K. P., Santos, O. J. V., & Araújo, F. de L. (2018). Representações Sociais da velhice LGBT: estudo comparativo entre universitários de Direito, Pedagogia e Psicologia. *Psicogente*, 21(40), 297-320.

Chatzimpyros V, Baka A, Dikaiou M. (2021). Social Representations of Immigrant Patients: Physicians' Discourse. *Qualitative Health Research*, 31(4):713-721.

Cineglaglia, M. N. et al. (2021). Desafios do empreendedorismo feminino. *Lex Cult Revista do CCJF*, 5(3), 57-74.

Cisneros, M. E. E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. *Contaduría y administración*. 60(2), 468-485.

Conceição, A. J. S. et al. (2021). Os desafios da mulher brasileira no mercado de trabalho: em busca do papel da liderança no empreendedorismo, *Caribeña de Ciencias Sociales*, 188-207.

Carvalho, T. F. de., & Porém, M. E. (2020). Empreendedorismo Feminino em Tempos de Pandemia: Estudo de Caso sobre o Programa Potência Feminina a Partir de Uma Perspectiva Comunicacional. In: 3º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies-Democracia, meios e pandemia.

Durkheim, É. (1898). Représentations individuelles et représentations collectives. *Revue de Métaphysique et de Morale*, 6(3), 273-302.

Garcés-Prettel, M., Navarro-Díaz, L. R., Jaramillo-Echeverri, L. G., & Santoya-Montes, Y. (2021). Representaciones sociales de la recepción mediática durante la cuarentena por la COVID-19 em Colombia: entre mensajes y significados. *Cad. Saúde Pública*, 37(2), 1-13.

Hall, S. et al. (2010). Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales, 2.

Howarth, C. (2006). A social representation is not a quiet thing: Exploring the critical potential of social representations theory. *British journal of social psychology*, 45(1), 65-86.

- Hurtado, N. K. A., & Franco, V. A. (2021). La sociedad matrilineal asante: género, poder y representaciones sociales, *Revista Colombiana de Sociología*, 44(2).
- Ismail, H. C., et al. (2012). An exploratory study of motivational factors on women entrepreneurship venturing in Malaysia. *Business and Economic Research*, 2(1),1-13.
- Jodelet, D. (2001) Representações sociais: um domínio em expansão. *As representações sociais*, 17(44).
- Jodelet, D. (2008). Social representations: The beautiful invention. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 38 (4), 411-430.
- Jovchelovitch, S. (2002). Re-thinking the diversity of knowledge: Cognitive polyphasia, belief and representation. *Psychologie et société*, 5(1), 121-138.
- Jovchelovitch, S. (2008). The rehabilitation of common sense: Social representations, science and cognitive polyphasia. *Journal for the theory of social behaviour*, 38(4), 431-448.
- Jovchelovitch, S. (2011). Representações sociais e polifasia cognitiva: notas sobre a pluralidade e sabedoria da Razão em Psicanálise, sua imagem e seu público. In: Almeida, A. M. de O., Souza, M. de F. de & Trindade, Z. A. (eds.) *Teoria das representações sociais - 50 anos*. TechnoPolitik Editora, Rio de Janeiro.
- Koyré, A. (1948). Manifold and category. *Philosophy and Phenomenological Research*, 9(1), 1-20.
- Kravetz, P. L. Madrigal, B. C., Jardim, E. R., Oliveira, E. C. D., Muller, J. G., Prioste, V. M. C., & Polli, G. M. (2021). Representações Sociais do Suicídio para adolescentes de uma Escola Pública de Curitiba, Paraná, Brasil, *Ciência & Saúde Coletiva*, 26(4):1533-1542.
- Kuenkel, P. (2019). *Stewarding sustainability transformations*. Springer International Publishing.
- Lázaro-Rodríguez, P., & Herrera-Viedma, E. (2020). Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3).
- Lescura, C., Brito, et al. (2012). Representações Sociais sobre as Relações de Parentesco: estudo de caso em um grupo empresarial familiar. *Revista de Administração Contemporânea*, 16(1), 98-117.
- Lima, D. B. (2021). O planejamento estratégico e os desafios do empreendedorismo feminino no setor de cosméticos durante a pandemia da Covid-19. Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de Administração, Universidade Federal de Maranhão.
- Lima, J. R. T. (2020). Trabalho e subjetividade: como as representações sociais dos trabalhadores podem ajudar na interpretação da modernização agrícola no setor sucroalcooleiro. VII Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho – EnGPR, 1-11.
- Lima, J. R. T., & Barbosa, M. A. C. (2020). “É boa para quem fica e ruim para quem sai”: representações sociais dos trabalhadores da mecanização agrícola sobre o processo de modernização ocorrido nos canaviais alagoanos. VII Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho – EnGPR.
- Locatelli, P. A. P. C., & Cavedon, N. R. (2014). Internalização dos sujeitos trabalhadores em uma ILPI: um estudo sob o enfoque da Teoria das Representações Sociais. XXXVIII Encontro da ANPAD.

- Maciel, B., & Nascimento Neto, N. V. (2011). Comunicação e representações sociais nas relações de trabalho do polo de confecções de Santa Cruz do Capibaribe, Pernambuco, Brasil. *Intercom – RBCC*, São Paulo, 34 (2), 117-135.
- Manzhynski, S., & Figge, F. (2020). Coopetition for sustainability: Between organizational benefit and societal good. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 827-837.
- Marchand, P. (2013). Quelques traces chronologiques de l'exploration textométrique. *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 120(1), 38-46.
- Marková, I. (2017). A fabricação da teoria de representações sociais. *Cadernos de Pesquisa*, 47, 358-375.
- Martins-Silva, P. D. O., et al. (2016). Teoria das representações sociais nos estudos organizacionais no Brasil: análise bibliométrica de 2001 a 2014. *Cadernos EBAPE*. BR, 14(4), 891-919.
- Micozzi, A. & Lucarelli, C. (2016). Heterogeneity in entrepreneurial intent: the role of gender across countries. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(2), 173-194.
- Minayo, M. C. de S. (1992). O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo – Rio de Janeiro, HICITEC-ABRACO.
- Moratalla, A. Z., & Agea, A. Á. (2020). Ciudad COVID 19: una nueva inequidad en el espacio y el tiempo urbano. *Urbano*, 23(41), 4-9.
- Moscovici, S. (1961). *La psycanalyse, son image et son public*. 2.ed. Paris: Presses universitaires de France.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European journal of socialpsychology*, 18(3), 211-250.
- Moscovici, S. (2009). *Representações Sociais: Investigações em psicologia social*. 6. ed. Petrópolis: Vozes.
- Mota, F. P. B., et al. (2010). A utilização de teorias em estudos organizacionais brasileiros: uma análise bibliométrica. *Administração: Ensino e Pesquisa*. Rio de Janeiro, 11(3), 447-467.
- Musse, C. F.; Gonçalves, I. de S. (2020). Narrativa e animação: representações da maternidade na webs érie Conception. *Revista Mídia e Cotidiano*, 14 (3).
- Pinzón-Villate, G. Y., Arboleda-Montoya, L. M., & Ramírez-Cortazar, F. (2021). Representaciones sociales de la donación de leche humana: un estudio en cuatro ciudades de Colombia. *Revista Colombiana de Sociología*, 44 (2), 17-37.
- Polonia, A. da C. & Santos, M. de F. S. (2020). Desenvolvimento de competências na perspectiva de docentes de ensino superior: estudo em representações sociais. *Educ. Pesqui.*, São Paulo, 46, e217461.
- Porcino, C. A., Coelho, A. D. & Oliveira, J. F. de. (2018). Representações sociais de universitários sobre a pessoa travesti. *Saúde Soc*. São Paulo, 27(2), 481-494.
- Rodrigues, L. de C. A., et al. (2021). Women entrepreneurship: a study on characteristics, challenges and management profiles of micro and small entrepreneurs in the Municipality of Monte Belo-MG. *Research, Society and Development*, [S. l.], 10 (3).
- Salas, M. L. (2021). Representaciones sociales de las prácticas formativas en la Danza de Congo del carnaval de Barranquilla. *Revista de Investigación Educativa*, 32, 132-158.

Salles, D. M. R., & Costa, I. S. A. (2013). Representações do trabalho: estudo sobre confinamento na indústria petrolífera. *Revista de Administração de Empresas*, 53(3), 230-242.

Sebrae. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2019). Empreendedorismo Feminino no Brasil. Relatório Especial. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/>, Acesso em: 24 jan. 2022.

Sebrae. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2021). Empreendedorismo Feminino no Brasil. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/03/Empreendedorismo-Feminino-ate-III-trim_2020.pdf, Acesso em: 24 jan. 2022.

Stahl, B. C. (2005). The responsible company of the future: reflective responsibility in business, *Futuro*, 37, 117-131.

Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). Empreendedorismo Feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(1) 44-64. Universitaire de France.

Vignola, R., et al. (2017). Leadership for moving the climate change adaptation agenda from planning to action. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 26, 84-89.

Wentzel, M. (2017). Maior participação feminina traria R\$ 382 bilhões à economia brasileira até 2025. OIT, BBC- Brasil, Basileia-Suíça. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-40281756>. Acesso em: 26 nov. 2021.